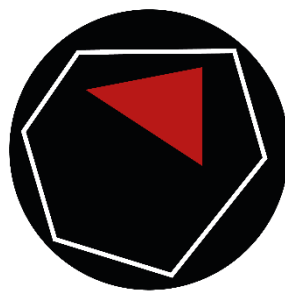


ГРАНИ



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Грань №4

Я – Маркетолог

Урок № 7

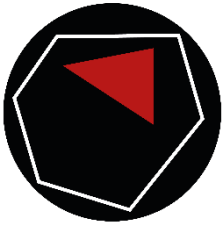
Как запустить сарафанное радио?



bk_grani



club-grani.ru



Как запустить сарафанное радио?

В этом уроке мы обсудим, что такое сарафанное радио, как его запускать, как работать с существующими клиентами и как остаться в их памяти.

1. Сарафанное радио начинается с момента, когда вы просто начали общаться с потенциальными клиентами.

НЕ ЗАКОНЧИЛИ работы над проектом, а просто начали общение. Смоделируем ситуацию.

Допустим, во время бесплатной консультации вы понимаете, что у клиента недостаточно денег на ваши услуги или реализацию дизайн-проекта, то есть это не ваш клиент. Однако, вам ничего не мешает спросить у клиента, кому из его знакомых могут быть полезны ваши услуги.

ВАЖНО: Пример диалога, который нужно выучить:

- Скажите, вам была полезна моя консультация?
- Да.
- Если вам было полезно, то надеюсь что будете рекомендовать. Скажите, может быть мои услуги уже могут кому-то пригодиться из вашего окружения? Может быть друзьям, родственникам или коллегам (перечисление разных аудиторий)? У вас кто-нибудь планирует делать ремонт?
- Сейчас нет.
- Вы мне понравились, вы очень приятный человек. Если от вас кто-то обратится, ссылаясь на вас, я дам ему скидку, имейте ввиду.

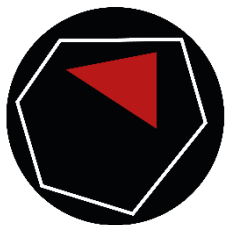
2. Второе важное правило:

Если вы давно работаете в индустрии, то у вас есть **база существующих лояльных к вам клиентов**. Ваша задача встроить в работе с ними петлю лояльности.

Важный момент в сарафанном радио — вас хочется процитировать и рекомендовать. Вы должны быть понятными.

Разумеется, это прежде всего, понятный профиль в соцсетях. Там вы должны четко и ясно указать, что на данный момент вы уже дизайн-студия, у вас могут быть посты, посвященные дизайну. В Грани 2 «Я – Эксперт» мы подробно описываем, как вести социальные сети.





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Для этих целей вы можете обратиться к фрилансерам-СММщикам, которые помогут вам в ведении вашего профиля.

В этом случае заранее продумывается контент-план, сторителлинг, продающие тексты и прочее. Этим занимаются сммщики и сторителлеры. Однако, не путайте таргетолога и сммщика. Первый работает с платной рекламой. А второй работает со всем, что бесплатно, что влияет на регулярность постов, сториз и повышением вовлечённости подписчиков, чаще он работает с существующей аудиторией.

Конечно, писать посты вы можете сами, однако не стоит забывать, что главное в этих постах — это продажа. Не стесняйтесь сделать призыв к действию.

Пример призыва к действию в постах:

Пост про то, как правильно выбирать плитку (текст...), а ведь так во всём. Многие недооценивают труд дизайнеров. А ведь дизайнер- это защитник клиента на стройке. Если вы планируете ремонт, то обязательно обращайтесь за консультацией.

И конечно же дайте почитать этот пост своим друзьям или родственникам, кто занимается сейчас ремонтом.

Если вам было полезно, то обращайтесь к нам за консультацией!

Хотите узнать подробности реализации этого проекта, то обязательно пишите к нам в директ и записывайтесь на консультацию.

Хотите знать, сколько будет стоить реализация дизайн-проекта в вашем собственном случаи, тогда пишите нам в директ, прямой сейчас. Консультация бесплатная.

Не можете определиться со стилем? Позвоните нам прямо сейчас, и наши дизайнеры с удовольствием вас проконсультируют.

И т.д. и т.п.

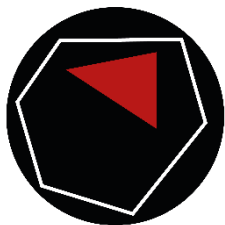
Важно для понимания: Ваша задача разделить аудиторию на тех, кто знает, чем вы занимаетесь, и им это не нужно! И на тех, кто сколлекционировал ваш контакт у себя на будущее, как лицо, с которым в первую очередь можно пообщаться на тему дизайна. Дайте возможность похвастаться вами, не жадничайте! Мы очень часто не добавём себя этому миру, и поэтому недополучаем результаты. Дизайнер интерьера – это медийная профессия!



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Также вы можете перечислить определенные аватары, кому вас можно посоветовать. Укажите телефон или почту для связи, возможно ссылку на ватсап, где с вами могут напрямую вступить в переписку.

Помимо этого, вы можете мотивировать аудиторию поделиться вашим постом под эгидой доброго дела, путем составлением несложного текста о том, что у вас проходит акция, сезонная скидка, или что вы повышаете цены с января, поэтому если у кого-то из знакомых вашей аудитории проходит ремонт, они могут поделиться вашим постом с ними, чтобы помочь им зарезервировать покупку вашей услуги до повышения цен.

3. Активная благодарность.

Вас когда-нибудь останавливал сотрудник ДПС, но отпускал, потому что вы ему понравились? Если вам кто-то помог или выручил из незнакомых вам людей, то вы ему можете быть благодарны. Подарите ему визитку и скажите, что вы можете ему пригодиться. Конечно визитку стоит давать не всегда, но умение управлять визиткой в любой непонятной ситуации может стать вашим шагом к успеху.

4. Работа со старой базой.

Первое, что нужно внедрить в ваш бизнес как алгоритм – это делать рассылку по старой базе на электронную почту или в ватсап.

Вот обзорная статья с 18-ю сервисами рассылки в месенджерах:

<https://otzyvmarketing.ru/articles/servisy-dlya-rassylok-v-viber-i-whatsapp/>

Моя команда пользуется сервисом: <https://wsender.ru/>

Стоимость примерно 2000 рублей в месяц. Если вам нужна будет техническая помощь по рассылке, обязательно пишите в группу Бизнес-клуба Грани, мы обязательно вас проконсультируем.

По старой базе мы делаем рассылку с сообщением, что у нас много всего нового, что мы развиваемся, и мы рады, что вы были нашим клиентом и хотим проинформировать о том, что у нас появилась новая услуга или партнеры устраивают акцию.

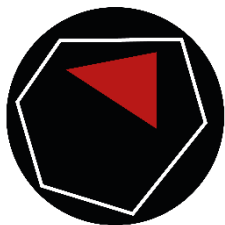
Покажите, чем вы можете быть полезны, а также не забудьте напомнить, что если родственникам или друзьям нужен дизайн-проект, вы будете благодарны, если порекомендуют именно вас. Тем, кто придет от вас, мы сделаем скидку.



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Пример текста одной из студий из нашего Союза Дизайнеров и Архитекторов:

«Здравствуйте, «Имя клиента»! Надеюсь не забыли нас. Мы студия дизайна интерьера «название студии» Екатерина и Юлия. Разрабатывали Вам проект.

С теплом вспоминаем ваш проект и поэтому хотим поделиться радостными новостями. У нас много нового, мы постоянно растём и развиваемся. Вступили в Союз Дизайнеров и Архитекторов. Проводим лекции для коллег, ездим на конференции, постоянно посещаем иностранные выставки. И для вашего удобства, увеличили список наших услуг. Сейчас вводим новую услугу **"Клиент навсегда!"**

Чем мы можем быть Вам полезны:

1. Помощь в выборе декора в подарок на день рождения или свадьбу... Чтобы ваш стильный подарок понравился и принёс радость вашим близким.
2. Вы знаете, что среди наших клиентов много первых лиц крупных компаний, можем быть полезны в различных вопросах, связанных с медициной, юридическими услугами, вопросами по недвижимости. Просто знайте, что вы находитесь в одной рукопожатии от первых лиц нашего города.
3. Также, если вдруг хочется свежего глотка воздуха в интерьере, то у нас появилась новая услуга: подбор в существующий интерьер текстиля и декора, чтобы обновить интерьер. При готовом ремонте с минимальными вложениями денег и времени. Чтобы все заиграло по-новому.

Надеемся на наше долгосрочное сотрудничество. И помните, если ваши друзья, родственники или знакомые коллеги соберутся делать ремонт, то обязательно рекомендуйте нас. Тем, кто придёт от Вас, мы дадим особые условия сотрудничества!

Нам важно, чтобы Вы нами гордились!

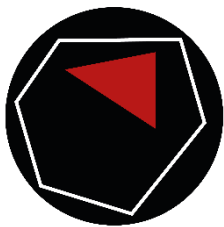
Искренне Ваши Екатерина и Юлия»



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

5. База партнеров.

Многие дизайнеры получают заказы от сторонних существующих бизнесов:

- мебельные компании,
- строители,
- риэлторы,
- просто влиятельные люди,
- поставщики из индустрии, к которым обратились на прямую.

Наверняка есть партнеры, которые по каким-то причинам перестали вам звонить, а вы со своей стороны также не нашли время, чтобы связаться и разобраться, что случилось.

Обзвоните старых партнеров и выясните, по какой причине у вас приостановились отношения. Может быть пора устроить перезагрузку?)

Помимо партнеров, наверняка у вас есть старые друзья, которых нет в соцсетях и которым вы также можете позвонить, чтобы рассказать, чем вы можете быть полезны или попросить друга рассказать о вас в его окружении.

6. Работает также **реклама на** хорошем дорогом **автомобиле**.

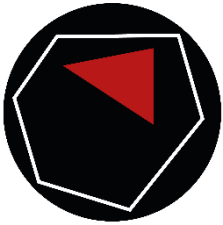
Логотип, чем занимаетесь и адрес вашего сайта или аккаунта в соцсетях вполне успешно привлекут вам клиентов.



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

7. Публичные выступления привлекут к вам клиентов, пост о том, где вы выступаете с микрофоном может увидеть большее количество людей, что также поспособствует приросту потенциальной клиентуры. Подробно на эту тему мы говорили в уроке №1.

8. Подарки.

Важно оставлять повод в интерьере или в жизни клиента чаще вас вспоминать. Своеобразное послевкусие после проекта. Это может быть дизайнерский предмет. Возможно авторский подарок на заказ. Это может быть декор, который вы сами купите: светильник, статуэтка, ваза, что-то, что вы оставите у клиента. Картина, написанная на заказ или картина, которую вы сделаете вместе со всей семьей заказчика. Все эти инструменты позволят как можно больше упоминать ваше имя, когда в гости к клиенту приходят родственники и интересуются необычными элементами в интерьере.

Такой памятью о вас может стать интересная история про процесс создания дизайна, про покупку одного из предметов интерьера или история создания этого предмета интерьера. Даже история может позволить остаться вам на слуху. История о том, как путешествовал вот этот конкретный стул, рассказ о том, как что-то было создано. Наполните интерьер смыслами, и они будут жить без вас.

Примеры историй:

История создания стула.

История фабрики.

История из современного искусства.

История про орнамент.

История про техническое создание предмета и строительные тонкости.

Экспертные фишки в строительстве.

Факты из истории и культурологии.

И т.д. и т.п.

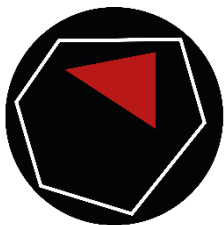
История обязательно должна содержать факты будоражащие эмоции. Вау-эффект.



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Вау-опыт:

- Подарки.
- Дизайнерский предмет (светильник, статуэтка, ваза).
- Картина в интерьер.
- Картина в интерьер, созданная с участием клиента.
- Индивидуальная мебель по вашему эскизу с подписью.
- Одежду из вашей коллекции.
- ИСТОРИЯ.



9. Система напоминаний о себе.

Устройте систему ухода с объекта.

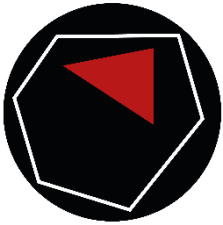
Когда вы гарантированно через 48 часов пишете сообщение «спасибо, что вы были моим клиентом». Через месяц узнаете, как дела. Ещё через полгода рассказываете об акции, через 9 месяцев дарите купон на скидку, а через год



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

поздравляете с годовщиной выпуска дизайн-проекта. Эти инструменты вы можете использовать уже здесь и сейчас для продвижения своего бизнеса на любом его уровне развития.

Уход с объекта и послевкусие:

Через 48 часов. Спасибо.

Через 1 месяц. Позвонить.

Через ещё месяц. Реклама чего-то.

Через 6 месяцев. Распродажа

Через 9 месяцев. Купон на скидку.

Через год поздравьте с годовщиной выпуска проекта.

Также о себе можно напоминать поздравлениями в дни профессионального праздника, дня выпуска дизайн-проекта, в день Рождения клиента.

В своё время в моей вентиляционной компании «БУРЕВЕНТ» был внедрён регламент записывать день Рождения клиента в договоре при заключении. В последствии эти данные вносились в мой личный google-календарь и в сервис <https://sms.ru/>, в котором были закинута деньги и рассылались автоматические смс-поздравления по клиентам. Тоже самое можно запрограммировать как рассылку на электронный адрес.

10. Табличка в офисе.

Если у вас есть офис в офисном центре, то обязательно повесьте табличку на стену или на дверь с названием компании и списком услуг, чем вы можете быть полезны соседям. Из практики, что уже делали ваши коллеги:

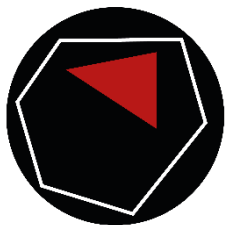
- Сами обходили всех соседей и знакомились, оставляя свои визитки и рассказывая, чем могут быть полезны.
 - Выставляли в коридор флипчарт с рекламой.
 - Один из салонов текстиля подпирал свою дверь настоящей тыквой, что обращало на себя внимание.
 - Наклеивали стрелки с указателями на пол.
 - Реклама в общественном лифте офисного центра.
 - Светодиодная реклама в окнах, которую видно с улицы.
- И т.д.



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

11. Парикмахеры.

Все дизайнеры женского пола ходят к различным специалистам: парикмахер, косметолог, специалист ногтевого сервиса, массажист, зубной врач, специалисты по спа-процедурам и т.д.

Со многими из этих специалистов вы можете находиться в хороших отношениях. Им нужно обязательно сообщить чем вы занимаетесь, как вы заботитесь о своих клиентах и как их спасаете. Обязательно рассказывайте о себе не с позиции «нытья», а с позиции энергии и позитивной победы, в конце сеанса на всякий случай оставьте свои визитки, если это позволяет ситуация. Так как через подобных специалистов проходит большое количество людей, то данные специалисты могут быть хорошими нетворкерами. Некоторые дизайнеры для этих целей специально ходят в дорогие салоны по уходу за собой, чтобы получать сарафан среди обеспеченной аудитории потенциальных клиентов.

12. Общественная жизнь.

Активное участие в общественной жизни различных сообществ тоже позволяет быть на слуху.

Примеры:

- 1) Общественная жизнь в делах службы эксплуатации и арендодателей бизнес-центра.
- 2) Общественная деятельность по организации нового года.
- 3) Общественная деятельность по организации непрофильных выставок, форумов. У нас в Союзе большой эксперт в этом Алёна Санаева, она организовывала форумы по медицине, для маркетологов фэшн-индустрии и женского-предпринимательства.
- 4) У нас в Союзе есть Анастасия Литвинова. Имея крупную дизайн-студию в городе Орле она возглавила женское предпринимательство в политическом движении ОПОРА РОССИИ. Где каждый из крупных бизнесменов в этом движении знал, чем она занимается.

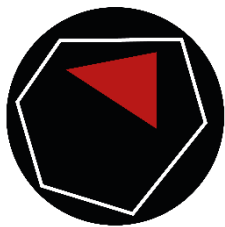
13. Бизнес-клуб.

Некоторые ваши коллеги специально вступают в бизнес-клубы, чтобы получить полезные знакомства в бизнес-сообществах.

Есть дизайнеры, которые для этих же целей проходят дорогие тренинги и покупают vip-билеты на конференции с возможностью нетворкинга.

Отлично заходила тема создания успешных денежных офисных пространств по Васту. Такое позиционирование дизайнера вызвало в аудитории бизнесменов живой интерес, и позволило продать десяток консультаций.





14. Блогеры

К блогерам можно обратиться на бартерной основе или купить у них рекламу. В инстаграм срабатывали блогеры:

- Блогеры многодетные мамочки. С рекламой у них, как правильно спроектировать детскую комнату.
- Строительные блогеры. Но среди них мало кто продаёт рекламу.
- Бизнес-блогеры.

В выборе блогера может помочь сервис:

https://t.me/instalogiya_chat

Не стоит обращаться к блогерам со скандальной репутацией, в моей практике нет успешных кейсов. Всегда найдутся конфликтные ситуации на стройке, которые блогер захочет осветить, что не будет плюсом к вашему сарафану.

Также блогерам можно предложить бартер. Предложить выполнить для них дизайн-проект, а в замен эквивалентно стоимости ваших услуг взять у них положительные анонсы работы с вами, где будет прописано число сторис, публикаций и согласование с вами текста заранее. Предложение можно сделать следующим образом, просто разослав 200-ам блогерам сообщение в директ. Кто-нибудь по математике может отреагировать и предметно с вами пообщаться.

Пример подобного сообщения:

«Приветствую. Я Елена Тюрина, создаю счастливые интерьеры уже более 5 лет. С недавних пор приняла решение начать более профессионально развивать инстаграм, и тут же решила обратиться к вам. Может ли вас заинтересовать бартерная реклама? В обмен на услуги по разработке дизайн-проекта для вас или для ваших близких, получить анонсирование на вашу аудиторию? Может вас заинтересовать подобное предложение?»

Домашнее задание:

1. Составить базу старых клиентов.
2. Разослать им сообщение из пункта 4, а потом каждого обзвонить.
3. Принять решение, какой подарок после себя вы будете оставлять клиентам, чтобы он всё время о вас ему напоминал.
4. Какие ещё из предложенных каналов привлечения клиентов вы можете использовать прямо сейчас?

